

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian jenis *Wortbildung* dalam ragam bahasa iklan yang terdapat dalam 9 teks iklan kosmetik dalam majalah *Brigitte* yang terbit pada 19 Agustus 2015, dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Dalam pembentukan *Substantiv* ditemukan sebanyak 48 *Substantive* yang merupakan *Kompositum* (47 *Substantive* yang berasal dari gabungan *Substantiv* dan *Substantiv*, 1 *Substantiv* yang berasal dari gabungan *Adjektiv* dan *Substantiv*), 10 *Substantive* yang merupakan *Derivation* (9 *Substantive* berasal dari penambahan sufiks, dan 1 *Substantiv* berasal dari penambahan prefiks), dan 3 *Substantive* merupakan *Konversion*.
2. Dalam pembentukan *Adjektiv* ditemukan sebanyak 23 *Adjektive* yang merupakan *Derivation* (12 *Adjektive* yang berasal dari penambahan sufiks, 4 *Adjektive* yang berasal dari *Partizip des Präsens*, dan 7 *Adjektive* berasal dari *Partizip des Perfeks*), 5 *Adjektive* yang merupakan *Kompositum* (4 *Adjektive* yang berasal dari gabungan *Adjektiv* dan *Adjektiv*, dan 1 *Adjektiv* berasal dari gabungan *Verb* dan *Adjektiv*).
3. Pada pembentukan *Produktnamen* ditemukan sebanyak 13 *Produktnamen* (5 *Produktnamen* berasal dari *dreigliedrige* *Produktnamen*, 5 *Produktnamen* berasal dari *fünfgliedrige* *Produktnamen*, 1 *Produktname* berasal dari

viergliedrige Produktnamen dan 2 *Produktnamen* tersusun oleh 6 buah kata),
1 *Produktname* berasal dari *Koppelung mit Zahlen*, dan 1 *Produktname*
berasal dari *Produktname mit der größten Letter*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan adanya penelitian lanjutan mengenai pembahasan dalam teks iklan, misalnya tidak hanya pada proses pembentukan kata dalam iklan, tetapi juga aspek pemilihan kata maupun aspek makna kata dan unsur pembentuk iklan lainnya.